

证券代码：002563

证券简称：森马服饰

浙江森马服饰股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2021-09

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他（）
参与单位名称及人员姓名	见附件
时间	2021年6月29日 14:00-16:00
地点	杭州市余杭区龙潭路11号(森马电商未来园区)
上市公司接待人员姓名	宗惠春（董事会秘书） 张宏亮（森马电商总经理） 蔡跃锐（森马电商副总经理）
投资者关系活动主要内容介绍	森马电商参观调研活动
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2021年6月29日

附件

浙江森马服饰股份有限公司
投资者活动记录

投资者参与人：

时间：2021年6月29日 14:00-16:00

陆经纬	国泰基金管理有限公司	王达	新华基金管理股份有限公司
徐企扬	中欧基金管理有限公司	徐漫	华夏基金管理有限公司
于旭辉	长江证券股份有限公司	詹陆雨	浙商证券股份有限公司
罗艺鑫	华泰金融控股（香港）有限公司	赵越峰	东方证券股份有限公司
杨莹	国盛证券股份有限责任公司	孙海洋	天风证券股份有限责任公司
侯子夜	国盛证券股份有限责任公司	纪宇泽	兴业证券经济与金融研究院
梁希	海通证券股份有限公司	黄淑妍	长城证券股份有限公司
盛开	海通证券股份有限公司	杨宇东	开源证券股份有限公司
叶繁	泰信基金管理有限公司	姚迁迁	北京凯读投资管理有限公司
唐爽爽	华西证券股份有限公司	鲍明明	中信证券股份有限公司
林奇	上海聆泽投资管理有限公司	王雨丝	中泰证券股份有限公司
孙未未	光大证券股份有限公司	吴张爽	华泰资产管理有限公司
张蕾	中泰证券（上海）资产管理有限公司	杨欣	国金证券股份有限公司
郑逸坤	中信证券股份有限公司	葛翔	恒越基金管理有限公司
蓝仝	长盛基金管理有限公司	叶铮	中信资本投资管理有限公司
安慧丽	永赢基金管理有限公司	蔡辰昱	太平洋资产管理有限公司
郭琦	首创证券股份有限公司	张子博	景林资产管理有限公司
李咏红	广发证券股份有限公司	丁凡	中银证券股份有限公司
龚海刚	上海若川资产管理有限公司	黄腾飞	太平洋证券股份有限公司
杨建根	个人投资者		

活动交流内容：

2021年6月29日下午，公司组织了森马电商现场调研活动，包括国泰基金、中欧基金、长江证券等32家机构，共39名代表及投资者参加本次活动。公司董事会秘书宗惠春、森马电商总经理张宏亮、森马电商副总经理蔡跃锐出席活动并与大

家交流。

首先，森马电商公司总经理张宏亮先生向各位参会者介绍了森马电商的情况。

公司电商业务的主要构成包括四个部分。首先，是全渠道品牌板块，比如围绕森马、巴拉巴拉品牌展开的营销业务；其次，是纯线上品牌板块，比如迷你巴拉巴拉，潮牌男装 Glemall；此外，同其他品牌开展合作，例如代理其他品牌；另外，还有代运营业务，选择中小品牌，通过抖音、快手、拼多多等赛道布局，进行代运营业务。

策略方面，在产品、供应、渠道、品牌等方面投入。

产品端方面，通过新面料研发、设计等方面提高产品功能，注重品牌的打造，线上线下的联动。供应链方面，电商对于快反供应链要求高，需要强化快反能力。例如，女装中的连衣裙品类表现突出，引领森马女装大幅增长。

渠道方面，渠道分为传统电商、社交电商、内容直播以及跨境电商。公司从去年下半年开始重点布局，有专业的团队进行 24 小时直播，仅主播就有 50-60 人。该赛道虽然规模还小，但是毛利率较好，公司以自播为主，在提升 GMV 的基础上，有效的提升了毛利率和毛利额。另外，会加强与线下进一步的联动，公司帮助代理商开启小程序、抖音、快手、视频号的运营，将公域流量和私域流量相结合，以门店为支点实行线上线下网格化管理，有效促进公司零售业务的发展。

品牌方面，将企业做大无非有三种方式，或者卖给更多的人、或者卖更多的东西、或者卖得更贵。这其中是离不开人群跟产品的，2016 年森马电商开始做 CRM 系统，2018 年开始引入数据平台，2019 年升级策略中心，2020 年开始抖音消费者分析。公司通过分析消费行为数据，到目前已经构建了基于森马、巴拉巴拉等品牌的数据中心，这将是森马电商未来发展的基石。

人才方面，公司注重对新零售人才的引进和培养，通过洞察消费者的消费体验，引入消费者全链路体验专家，为消费者提供良好的购物体验感。

随后，与会公司领导回答了投资者提问，具体内容如下：

Q：社交电商占比

A：如果不考虑跨境电商，占比最大的是搜索电商，其中淘系占比 50%，考虑唯品会等其他平台，搜索电商占比接近 80%。预计直播电商全年占比十多个点，余下的是社交电商，预计会有增幅，其中森马品牌增幅较大，森马女装表现突出。

Q: 毛利率及费用率

A: 公司电商 618 活动的 GMV 保持持平，毛利率大幅提升。公司在追求销量增长的同时，通过优化产品等方面，追求产品毛利率的提升。对于抖音这类新零售平台，公司会加大投入，来扩大规模效应，公司作为第一批入驻的企业，赶上了直播红利，收获流量变现，数据表现好。直播除了其他的运营投入之外，还需要多个主播，公司通过自主培养主播，取得了不错的效果。

Q: 竞品

A: 有些竞品公司的直播业务做得非常好，公司一直在关注，会从很多优秀的主播中汲取优点、经验，来提升公司能力。公司的自播更多的是基于品牌力，基于几个关键指标进行不断改善，聚焦于业绩和爆款持续供应，因此公司的竞争力是可持续的。

Q: 线上业务增速预期

A: 今年 1-5 月份，电商 GMV 增速较快，6 月份增速放缓，618 活动以淘系平台为主，毛利率稳中有升。下半年是服装的旺季，对电商尤其如此，预计从 10 月份开始业绩会大幅提升，其中抖音增速会有亮眼表现。